



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MODALIDAD COMPLEXIVO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN**  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CASO DE ESTUDIO**  
**MODELO DE NEGOCIOS PARA LA TIENDA BAZAR Y NOVEDADES MG EN**  
**LA COOPERATIVA GALLEGOS LARA DEL SECTOR NORTE DE**  
**GUAYAQUIL**

**AUTOR**  
**LUIS DAVID CALLE REYES**

**GUAYAQUIL, 2023**

# CERTIFICADO DE SIMILITUD

## CALLE REYES

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTE QUE CONTIENE COINCIDENCIAS

**1** repositorio.ulvr.edu.ec **1**%  
Fuente de Internet

1%

★ repositorio.ulvr.edu.ec  
Fuente de Internet

Excluir citas      Activo  
Excluir bibliografía      Activo

Excluir coincidencias < 1%



Firma  
Electrónicamente por:  
DIEGO DANIELO  
MAYABO SANGUINZA

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios por haberme brindado la oportunidad de haber llegado a este momento tan importante de mi vida, a la Universidad por haberme permitido vivir diversas experiencias que me ayudaran para mi carrera profesional y de igual manera recuerdos que siempre los llevaré en mi corazón.

Gracias a mis padres por ser los principales auspiciantes de cada uno de mis sueños estando siempre estar para mí, brindándome buenos consejos y explicándome a diario lo bueno y lo malo de la vida, gracias a las maravillosas personas que conocí en la U como son mis amigos Georman, Katty, Gabino, Michell, son incontables las diversas sonrisas y momentos increíbles que pude compartir con cada uno de ellos, y cada uno de mis docentes que me aportaron con sus conocimientos y vivencias donde me enseñaron a siempre dar todo de mí y jamás darme por vencido, también quiero agradecerle a Dayana Chacón quien me ha brindado su apoyo de manera desinteresada en momentos de mi vida donde sentí que no podía más con diversos problemas que se me podrían presentar.

## **DEDICATORIA**

Este caso de estudio va dedicado primero a Dios y dos hermosos ángeles que tengo en el cielo que son mi abuelo Luis Reyes y. mi abuela Rosa Chancay, de igual manera para mis dos pilares fundamentales aquí en la tierra como son mi padre Jhon Calle y mi madre Clara Reyes, y por último para mi hermano Sebastián Calle quien siempre está pendiente de cada paso importante que doy en la vida.

## ÍNDICE

### Contenido

Introducción.....	1
Objetivos.....	2
Objetivo General .....	2
Objetivos Especificos .....	2
Preguntas De Investigación .....	3
Descripción Del Caso.....	3
Analisis .....	4
Propuesta De Valor.....	6
Segmento De Clientes .....	8
Canales De Distribución Y Comunicación.....	12
Relación Con Los Clientes .....	19
Recursos Clave .....	27
Actividades Clave.....	33
Socios Clave .....	35
Estructura De Costos .....	39
Conclusión.....	43
Referencias Bibliográficas.....	45

### INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Segmento de clientes .....	10
Tabla 2. Alianzas con los proveedores .....	32
Tabla 3. Proveedores de la Tienda Bazar y Novedades MG .....	35
Tabla 4. Clientes de la Tienda Bazar y Novedades MG.....	36
Tabla 5. Colaboradores de la Tienda Bazar y Novedades MG .....	37
Tabla 6. Alianzas Locales de la Tienda Bazar y Novedades MG .....	38
Tabla 7. Inventarios .....	39
Tabla 8. Sueldo del personal.....	40
Tabla 9. Gastos de servicios públicos.....	40
Tabla 10. Detalle de los costos en su totalidad.....	42

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Productos de primera necesidad.....	7
Figura 2. Local “Tienda bazar y novedades MG” .....	8
Figura 3. Aplicación de pagos De una! .....	9
Figura 4. Plataforma “Mi Negocio” .....	9
Figura 5. Volante del local .....	13
Figura 6. Aplicación WhatsApp Business .....	15
Figura 7. Tienda Bazar y Novedades MG vía online .....	15
Figura 9. Catálogo de productos del local .....	17
Figura 11. Concurso realizado vía online por tienda bazar y novedades MG.....	20
Figura 12. Ventas de productos .....	22
Figura 13. Recaudación de servicios .....	22
Figura 14. Venta de cervezas.....	23
Figura 15. Imagen referencial de promociones .....	23
Figura 16. Diversificación de la oferta en productos.....	24
Figura 17. Actividad deportiva voleibol.....	25
Figura 18. Actividad deportiva fútbol .....	25
Figura 19. Espacio físico del local.....	27
Figura 20. Estantes de productos.....	27
Figura 21. Vitrina con productos de cuidado personal .....	28
Figura 22. Códigos QR como métodos de pago .....	28
Figura 23. Equipo de oficina del local.....	28
Figura 24. Colaboradores de la Tienda Bazar y Novedades MG .....	29
Figura 25. Imagen referencial de la experiencia del cliente .....	29
Figura 26. Imagen referencial del capital invertido.....	30
Figura 27. Aplicación WhatsApp Business .....	30

## INTRODUCCIÓN

Hace cuatro años, en el sector norte de Guayaquil, nació la Tienda Bazar y Novedades MG, una tienda que se ha convertido en un pilar indispensable para la comunidad local. Desde sus modestos inicios, ha ofrecido una amplia gama de productos de primera necesidad, convirtiéndose en un referente clave para quienes residen en la zona.

Tienda Bazar y Novedades MG se destaca por su dedicación y compromiso para satisfacer las necesidades de sus clientes. Es una fuente confiable para adquirir artículos de papelería, productos de bazar, recargas telefónicas, pagos de servicios, bebidas alcohólicas, medicinas, cosméticos y mucho más.

La tienda ha sabido adaptarse a las demandas cambiantes del mercado y ha ampliado su oferta de productos con el tiempo. Conscientes de la importancia de ser un establecimiento integral, también ha incorporado una variada selección de artículos de consumo cotidiano.

El compromiso con la calidad es una característica distintiva de Tienda Bazar y Novedades MG. Se esfuerza por ofrecer solo productos de la más alta calidad y un servicio amable y personalizado para todos aquellos que visitan la tienda.

A lo largo de estos cuatro años, Bazar y Novedades MG ha forjado fuertes lazos con la comunidad, convirtiéndose en un espacio de encuentro para vecinos y amigos.

En un mundo en constante cambio, la tienda ha sabido adaptarse y evolucionar, manteniendo su esencia y valores fundamentales: la calidad de sus productos, la atención al cliente y el compromiso con la comunidad. Con la mirada puesta en el futuro, se prepara para continuar su trayectoria de éxito y seguir brindando soluciones y alegría a sus clientes.

La tienda también ha enfrentado desafíos desde su creación. Uno de los mayores obstáculos ha sido la mala planificación y organización al realizar los pedidos a los proveedores, lo que ha resultado en pérdidas significativas debido a la caducidad o deterioro de los productos.

No obstante, Tienda Bazar y Novedades MG continúa firme en su compromiso de mejorar y superar sus dificultades. La gerencia y el equipo de colaboradores han iniciado esfuerzos para implementar un sistema más eficiente y organizado de gestión de inventario y pedidos a proveedores.

Con una visión de futuro, aspira a consolidarse como un referente sólido en el sector norte de Guayaquil, un lugar al que los clientes puedan acudir con confianza y seguridad de encontrar todo lo que necesitan. A través de la mejora continua, busca establecerse como un espacio en el que la comunidad pueda confiar plenamente y donde puedan encontrar soluciones prácticas para sus necesidades diarias.

En este camino de crecimiento y desarrollo, Tienda Bazar y Novedades MG está decidida a superar los desafíos que presenta la mala planificación y organización, trabajando en estrecha colaboración con sus proveedores y adoptando prácticas de gestión más eficientes. Con su compromiso constante con la satisfacción del cliente y la dedicación para ofrecer productos de calidad, se esfuerza por seguir siendo un elemento indispensable en la vida cotidiana de la comunidad de la Cooperativa Gallegos Lara del sector norte de Guayaquil.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un modelo de negocio integral y eficiente para la tienda con el fin de maximizar la rentabilidad, satisfacer las necesidades de los clientes y fortalecer la presencia comercial en la comunidad local.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Analizar el mercado y las necesidades de los clientes en la Cooperativa Gallegos Lara.
- Crear una propuesta de valor y gama de productos adecuada para Bazar y Novedades MG.
- Establecer estrategias de comercialización y distribución para Bazar y Novedades MG.

## **PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

- ¿Cuáles son las preferencias de compra y los productos más demandados por los clientes en el sector norte de Guayaquil?
- ¿Cómo se puede adaptar la propuesta de valor para satisfacer las necesidades específicas de los clientes en la Cooperativa Gallegos Lara?
- ¿Cómo se puede promocionar la tienda de manera efectiva en el entorno local y en línea, si aplica?

### **Descripción del caso**

Tienda Bazar y Novedades MG, una empresa que ha evolucionado en un pilar esencial para la comunidad local. Desde sus inicios modestos, la tienda ha ampliado su oferta para abarcar productos de primera necesidad como papelería, recargas telefónicas, medicinas y más, convirtiéndose en un referente clave en la zona. Su compromiso con la calidad y un servicio personalizado han fortalecido su vínculo con la comunidad, siendo un punto de encuentro para vecinos y amigos.

A pesar de sus logros, la tienda ha enfrentado obstáculos, destacándose la mala planificación en la gestión de inventario y pedidos a proveedores, lo que ha llevado a pérdidas por caducidad o deterioro de productos. Sin embargo, la tienda encara estos desafíos con determinación, implementando un sistema más eficiente y organizado para abordar estas dificultades. Con la vista puesta en el futuro, Tienda Bazar y Novedades MG busca consolidarse como un elemento confiable en el sector norte, con un enfoque en la mejora continua y la satisfacción del cliente, superando sus desafíos operativos y manteniendo su compromiso arraigado con la comunidad.



## ANÁLISIS

El principal problema que enfrenta Tienda Bazar y Novedades MG se centra en la mala planificación y organización en la gestión de inventario y pedidos a proveedores. Esta dificultad se ha traducido en pérdidas significativas para el negocio debido a la caducidad o deterioro de productos no vendidos. La falta de una estrategia efectiva para la gestión de inventario ha impactado tanto la rentabilidad como la satisfacción del cliente, ya que los productos desactualizados o en mal estado afectan la calidad del servicio ofrecido.

Esta problemática abarca varios aspectos. Primero, la carencia de un sistema eficiente de seguimiento de inventario dificulta la identificación de productos con poca rotación o cercanos a su fecha de caducidad. Además, la ausencia de un proceso organizado para realizar pedidos a proveedores ha llevado a la acumulación excesiva de ciertos productos y la falta de otros esenciales. Estos problemas se han exacerbado por la falta de sincronización entre la demanda real y las cantidades de productos adquiridos, lo que ha generado un desequilibrio en el stock y pérdidas financieras.

En última instancia, este desafío de planificación y organización afecta tanto la rentabilidad a corto plazo como la viabilidad del negocio a largo plazo. Abordar este problema no solo requerirá la implementación de un sistema más eficiente de gestión de inventario y pedidos, sino también un cambio cultural dentro del equipo de colaboradores para mantener una sincronización constante entre la demanda del mercado y el suministro de productos, garantizando la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.

El caso de estudio resalta la evolución positiva de Tienda Bazar y Novedades MG en el sector norte de Guayaquil, siendo un referente comunitario que brinda productos esenciales y servicios de calidad. A pesar de su éxito, enfrenta desafíos operativos, como la mala planificación en gestión de inventario y pedidos, resultando en pérdidas. El enfoque en mejorar la gestión, adaptarse a la demanda y fortalecer la presencia local demuestra su compromiso con la calidad y la comunidad.

Para abordar el problema de mala planificación y organización en la gestión de inventario y pedidos, Tienda Bazar y Novedades MG puede implementar un enfoque integral que combine tecnología y procesos eficientes. En primer lugar, la tienda podría adoptar un sistema de software de gestión de inventario que permita un seguimiento en

tiempo real de los niveles de stock y fechas de caducidad. Esto ayudaría a identificar productos con baja rotación y evitaría la acumulación excesiva.

Además, la tienda podría establecer un proceso estructurado para la realización de pedidos a proveedores, basado en pronósticos de demanda y tendencias históricas. Esto implicaría establecer umbrales mínimos y máximos de inventario para cada producto, activando automáticamente pedidos cuando los niveles alcancen ciertos umbrales. La colaboración estrecha con los proveedores también sería fundamental para agilizar la reposición de productos.

La capacitación del equipo de colaboradores sobre la importancia de una gestión de inventario precisa y la comunicación constante con el equipo de ventas para compartir información sobre productos en demanda contribuirían a mantener un equilibrio adecuado en el inventario. Esta solución integral no solo reduciría las pérdidas por productos caducados, sino que también optimizaría la disponibilidad de productos, mejorando la satisfacción del cliente y la rentabilidad del negocio.

## **PROPUESTA DE VALOR**

En Tienda Bazar y Novedades MG, nuestra propuesta de valor se basa en ofrecer a nuestros clientes de la Cooperativa Gallegos Lara del sector norte de Guayaquil una experiencia de compra integral y conveniente. Desde nuestros modestos inicios hace cuatro años, nos hemos esforzado por convertirnos en el pilar indispensable para la comunidad local, brindando soluciones prácticas y eficientes para sus necesidades cotidianas.

Nuestra tienda destaca por su amplia gama de productos de primera necesidad, papelería, bazar, recargas telefónicas, pagos de servicios, venta de bebidas alcohólicas, medicinas, cosméticos y más. Adaptándonos a las demandas cambiantes del mercado, hemos ido ampliando nuestra oferta para ser un establecimiento integral que satisface diversas necesidades en un solo lugar.

La calidad es una característica distintiva en Tienda Bazar y Novedades MG. Nos enorgullecemos de ofrecer productos de la más alta calidad, garantizando la satisfacción y confianza de nuestros clientes. Nuestro equipo de colaboradores está comprometido en brindar un servicio amable y personalizado, creando un ambiente acogedor para todos aquellos que nos visitan.

Además, nos hemos convertido en un espacio de encuentro para vecinos y amigos, forjando fuertes lazos con la comunidad. Somos un punto de referencia y apoyo para aquellos que nos eligen para satisfacer sus necesidades diarias.

A pesar de los desafíos que hemos enfrentado, estamos decididos a mejorar y superar nuestras dificultades. Reconocemos la importancia de abordar la problemática de la mala planificación y organización en los pedidos a proveedores, y hemos iniciado esfuerzos para implementar un sistema más eficiente y organizado de gestión de inventario.

Nuestra visión de futuro es consolidarnos como un referente sólido en el sector norte de Guayaquil, un lugar al que nuestros clientes puedan acudir con confianza y seguridad de encontrar todo lo que necesitan. A través de la mejora continua y el aprendizaje de nuestros errores, buscamos establecernos como un espacio en el que la comunidad pueda confiar plenamente y encontrar soluciones prácticas para sus necesidades diarias.

En Tienda Bazar y Novedades MG, estamos comprometidos con la satisfacción del cliente y la dedicación para ofrecer productos de calidad. Somos un elemento indispensable en la vida cotidiana de la comunidad de la Cooperativa Gallegos Lara sector norte de Guayaquil, y trabajamos para seguir brindando soluciones y alegría a nuestros clientes.

La propuesta de valor se centra en la diferenciación de la empresa y la creación de una ventaja competitiva sostenible. Argumenta que una empresa debe destacar en aspectos específicos que sean valorados por sus clientes y difíciles de imitar por la competencia. Una sólida propuesta de valor es la piedra angular de la estrategia competitiva de una empresa. Al destacar en aspectos específicos y valiosos para los clientes, y al crear una ventaja competitiva sostenible, una empresa puede diferenciarse efectivamente en el mercado y asegurar su éxito a largo plazo. La propuesta de valor adecuada es fundamental para captar la atención y lealtad de los clientes, lo que conduce a un crecimiento sostenible y una posición sólida en la industria. (Michael Porter, 2007)

Figura 1. Productos de primera necesidad



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2019)

## SEGMENTO DE CLIENTES

La tienda bazar y novedades MG consta con una segmentación de clientes tanto mujeres como hombres entre los 18 a 55 años y niños entre 8 a 17 años, en este local vienen todo tipo de personas tanto mayores como menores de edad para la adquisición de diferentes productos.

La tienda bazar y novedades MG en la actualidad ofrece sus productos de manera online utilizando app de negocios como lo es WhatsApp Bussiness promocionando así productos de bazar, papelería, cosméticos, bebidas alcohólicas, recargas, pagos de servicios, alimentos varios para así brindar un servicio a domicilio y poder utilizar apps como (Deuna!) como medio de pago para que puedan realizar la cancelación de los productos ofrecidos, sea vía online o presencial se desea mantener una buena relación entre vendedor-cliente y así poder brindar una buena atención al público.

El segmento de clientes se refiere a la división del mercado en grupos más pequeños y homogéneos de clientes con características, necesidades y comportamientos similares. Esta subdivisión permite que las empresas comprendan mejor a sus clientes y adapten sus estrategias de marketing para satisfacer las demandas específicas de cada grupo. También enfatiza que la segmentación de clientes es esencial para el éxito de una empresa porque permite una mayor eficacia en la comercialización de productos y servicios. Al comprender las necesidades y preferencias de diferentes segmentos de clientes, las empresas pueden diseñar mensajes de marketing más precisos y personalizados, lo que aumenta la relevancia de sus ofertas y mejora la satisfacción del cliente. Además, la segmentación de clientes también ayuda a las empresas a identificar oportunidades de mercado, detectar nichos desatendidos y desarrollar estrategias de diferenciación para destacar frente a la competencia. (Kotler, 2020)

Figura 2. Local "Tienda bazar y novedades MG"



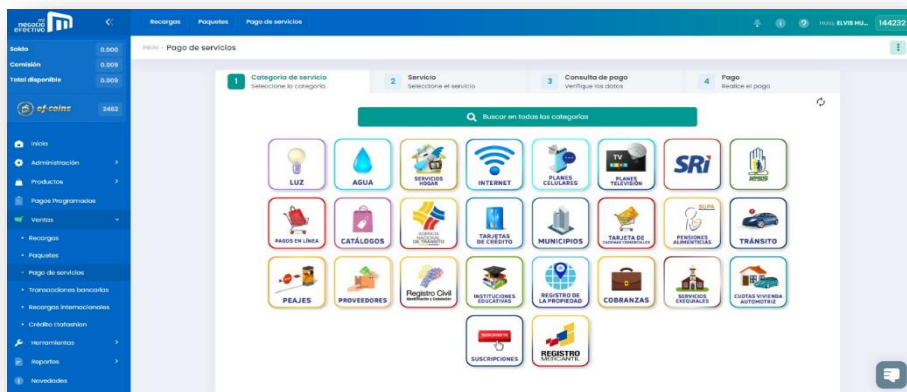
Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2019)

Figura 3. Aplicación de pagos De una!



Fuente: (Banco Pichincha , 2020)

Figura 4. Plataforma "Mi Negocio"



Fuente: (Mi Negocio Efectivo, 2022)

El segmento de clientes de la tienda bazar y novedades MG se detallará a continuación:

**Residentes locales:** Los residentes locales son clientes habituales de la tienda, ya que encuentran en ella una amplia gama de productos de primera necesidad que satisfacen sus necesidades diarias. Estos clientes buscan conveniencia y soluciones prácticas para su vida cotidiana, lo que incluye artículos de papelería, productos de bazar, recargas telefónicas y pagos de servicios.

**Consumidores frecuentes:** Esta categoría incluiría a aquellos clientes que realizan compras con regularidad en la tienda, debido a su amplia oferta de productos que

van desde bebidas alcohólicas hasta medicinas y cosméticos. Estos clientes encuentran en Bazar y Novedades MG un lugar completo y conveniente para adquirir diferentes artículos en un solo lugar.

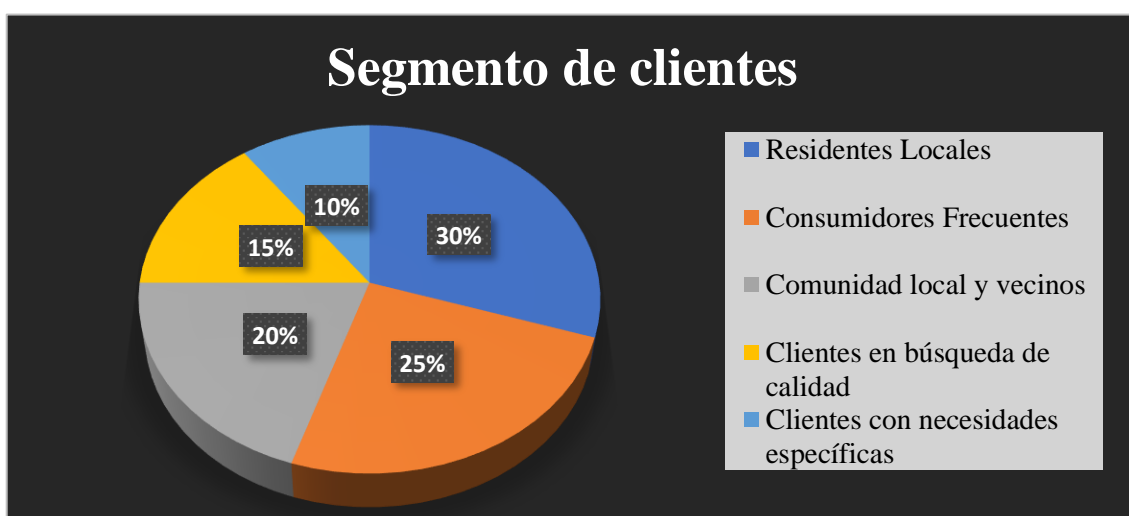
**Comunidad local y vecinos:** La tienda se ha convertido en un espacio de encuentro para la comunidad local y los vecinos del sector norte de Guayaquil. Estos clientes valoran la cercanía y la confianza que la tienda les brinda, así como el hecho de ser testigos de innumerables historias y momentos compartidos en el lugar.

**Clientes en búsqueda de calidad:** Bazar y Novedades MG ha destacado por su compromiso con la calidad de sus productos y servicios. Por lo tanto, esta segmentación incluiría a aquellos clientes que valoran la alta calidad de los productos ofrecidos y la atención amable y personalizada que reciben del equipo de colaboradores.

**Clientes con necesidades específicas:** Al ofrecer una variada selección de productos que incluyen medicinas, cosméticos y otros artículos de consumo cotidiano, la tienda atrae a clientes con necesidades específicas en busca de productos especializados.

**Clientes en búsqueda de soluciones de inventario eficientes:** Aunque la tienda ha enfrentado desafíos con la mala planificación y organización de pedidos a proveedores, existe una oportunidad para atraer a clientes que valoran un inventario bien gestionado y eficiente.

Tabla 1. Segmento de clientes



Elaborado por: Calle, L. (2023)

Es importante tener en cuenta que esta segmentación es solo una aproximación general y que el conocimiento profundo de los clientes a través de encuestas o análisis de

datos puede permitir una segmentación más precisa y efectiva para adaptar estrategias de marketing y satisfacer las necesidades específicas de cada grupo de clientes.

### **Mapa de cliente**

**Mercado Objetivo:** Personas de todas las edades con capacidad adquisitiva

**Segmentación Geográfica:** La Cooperativa Gallegos Lara Del Sector Norte De Guayaquil

**Segmentación Psicográfica:** Se centra en personas con estilo de vida del tipo hogareño

**Segmentación Conductual:** Hábitos de compras frecuentes al tratarse de productos de primera necesidad para el consumo en los hogares de la zona local.



## **CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN**

Los canales de distribución deben ser cuidadosamente seleccionados para alcanzar el mercado objetivo de manera eficiente. Puede incluir canales directos, como ventas directas al cliente o a través de la tienda física, así como canales indirectos, como distribuidores, mayoristas o minoristas. (Kotler, 2013)

Los canales de distribución y comunicación de la Tienda Bazar y Novedades MG se adaptan a las necesidades y características de su comunidad local en la Cooperativa Gallegos Lara en el sector norte de Guayaquil. Dado que la tienda no cuenta con redes sociales como Facebook o Instagram, su principal medio de comunicación con los clientes es a través de WhatsApp Business. Este canal de mensajería instantánea les permite mantener una comunicación directa y personalizada con sus clientes, responder a sus consultas y proporcionar información sobre productos y promociones.

Los Estados de WhatsApp se convierten en un recurso valioso para la tienda, ya que les permite compartir información relevante y actualizada con su base de clientes. A través de los Estados de WhatsApp, Bazar y Novedades MG puede destacar productos nuevos, promociones especiales o cualquier otra novedad que deseen comunicar a sus clientes de manera rápida y efectiva.

Además del uso de WhatsApp, la tienda también utiliza otros canales tradicionales de comunicación y marketing. Colocar propaganda fuera de la tienda es una estrategia efectiva para atraer la atención de los transeúntes y residentes cercanos. Los volantes impresos también son una herramienta útil para promocionar sus productos y servicios, y pueden ser distribuidos tanto en la tienda como en áreas cercanas con alta afluencia de personas.

El boca a boca también juega un papel importante en la comunicación de Bazar y Novedades MG. La tienda ha forjado fuertes lazos con la comunidad local a lo largo de los años, y sus clientes satisfechos son embajadores naturales que comparten su experiencia positiva con amigos, familiares y vecinos. El poder del boca a boca es una forma efectiva de atraer nuevos clientes y construir la reputación de la tienda como un lugar confiable y conveniente para realizar compras.

En resumen, los canales de distribución y comunicación de Bazar y Novedades MG se adaptan a su comunidad local y a las limitaciones de recursos que tienen al no contar con redes sociales como Facebook o Instagram. WhatsApp Business se convierte

en su principal herramienta de comunicación directa y personalizada con los clientes, mientras que los Estados de WhatsApp, la propaganda fuera de la tienda, los volantes y el boca a boca son los medios adicionales para difundir información sobre sus productos y servicios. A través de esta combinación de canales, la tienda busca seguir siendo una opción integral y cercana para satisfacer las necesidades de la comunidad en el sector norte de Guayaquil.

Figura 5. Volante del local

The flyer is titled "TIENDA BAZAR Y NOVEDADES MG" and features a yellow and blue background with pink circular accents. At the top, there are logos for "Recarga Agua" and "at". Below the title, it says "LE OFRECE:" followed by four categories, each with a representative image in a pink circle and a text box:

- DESPENSA**: Image of various food and snack items.
- BAZAR**: Image of household cleaning and maintenance products.
- ARTÍCULOS DE LIMPIEZA**: Image of various cleaning supplies.
- CERVEZAS**: Image of three beer bottles (Club, Pilsener, Pilsener).

At the bottom, there is a pink banner that says "Y MÁSSS!". Below that, the contact information is provided:

**CONTACTO:**  
📞 0993461860  
📍 Coop. Gallegos Lara Mz.T29 S12

Tu lugar ideal para encontrar todo lo que necesitas y mucho más.  
¡Te esperamos con los brazos abiertos!"

Elaborado por: Calle, L. (2023)

## **CUENTA DE NEGOCIO CON WHATSAPP BUSINESS PARA LA RECEPCIÓN DE PEDIDOS DE MANERA SENCILLA Y ÁGIL**

**¡Bienvenido a la Cuenta de Negocio de Tienda Bazar y Novedades MG en WhatsApp Business!**

Ahora realizar tus pedidos es más fácil y rápido que nunca. Con nuestra cuenta de WhatsApp Business, podrás solicitar tus productos de manera sencilla y ágil, sin complicaciones.

### **¿Cómo funciona?**

Agrega nuestro número de WhatsApp a tus contactos: **+593 96 1152 547**

Envíanos un mensaje con los productos que deseas adquirir y las cantidades que necesitas.

Nuestro equipo te atenderá de inmediato, brindándote la información que necesitas y confirmará tu pedido.

¡Realiza el pago por medio de la app DeUna! de manera segura y cómoda.

¡Listo! Tu pedido estará en camino y podrás disfrutar de nuestros productos de primera necesidad, papelería, bazar, recargas, pagos de servicios, bebidas alcohólicas, medicinas, cosméticos, ¡y mucho más!

¡No esperes más! Únete a nuestra Cuenta de Negocio en WhatsApp Business y descubre una forma más práctica de hacer tus compras en Bazar y Novedades MG. Siempre estamos aquí para atenderte con el mejor servicio y calidad. ¡Gracias por elegirnos!

Figura 6. Aplicación WhatsApp Business



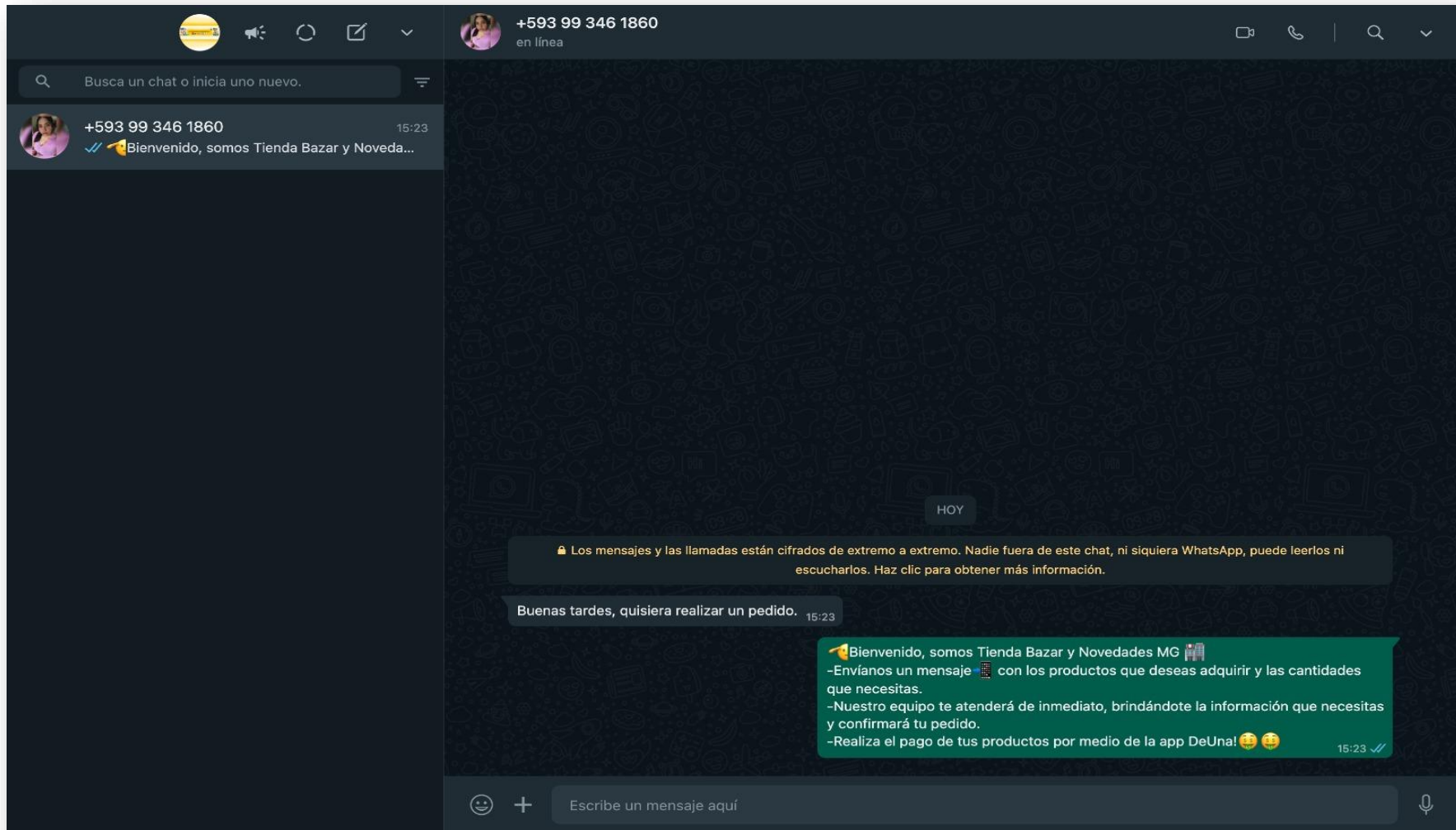
Fuente: (Facebook, 2018)

Figura 7. Tienda Bazar y Novedades MG vía online



Fuente: (Business, 2023)

Figura 8. Chat con los clientes del local



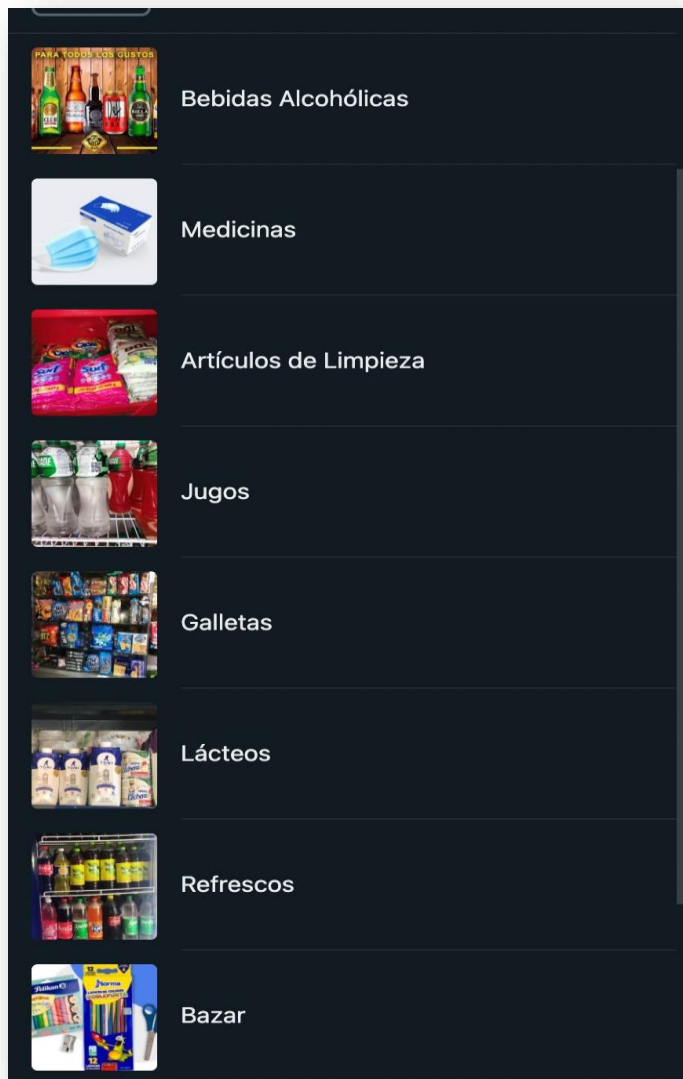
Elaborado por: Calle, L. (2023)

Figura 9. Catálogo de productos del local



Fuente: (Business, 2023)

Figura 10. Productos a ofrecer del local vía online



Fuente: (Business, 2023)

En las imágenes proporcionadas para este caso de estudio de la Tienda Bazar y Novedades MG a través de la app empresarial WhatsApp Business muestra cómo esta innovadora herramienta facilita la comunicación con los clientes y optimiza la experiencia de compra.

En las conversaciones con los clientes, se puede observar cómo la tienda ofrece una amplia gama de productos, clasificados en diferentes categorías, como despensa, bazar y papelería, bebidas, medicinas, snacks, galletas, jugos, lácteos, cervezas y artículos de limpieza. Los clientes pueden realizar sus pedidos directamente a través de WhatsApp Business, lo que agiliza el proceso y hace que la compra sea más cómoda.

En las conversaciones, también se puede ver cómo la tienda proporciona información relevante, como el nombre del local, su dirección, horarios de atención, de qué manera poder hacer sus pedidos y por qué app poder hacer el pago correspondiente. Esto permite que los clientes tengan acceso a la información que necesitan para ubicar la tienda y planificar sus compras de manera conveniente. La app empresarial WhatsApp Business es una herramienta efectiva para la tienda Bazar y Novedades MG, ya que les permite mantener una comunicación directa y personalizada con sus clientes. Además, el catálogo de productos proporcionado muestra la variedad y diversidad de productos que ofrece la tienda, lo que atrae a diferentes segmentos de clientes.

En resumen, las imágenes proporcionadas muestran cómo la tienda Bazar y Novedades MG utiliza WhatsApp Business como una herramienta eficiente para recibir pedidos de manera sencilla y ágil. La comunicación directa con los clientes y la disponibilidad de información relevante hacen que la experiencia de compra sea más satisfactoria y conveniente para los clientes. La amplia variedad de productos ofrecidos en el catálogo demuestra la versatilidad y el enfoque integral de la tienda para satisfacer las necesidades de sus clientes en diversas categorías de productos.

## **RELACIÓN CON LOS CLIENTES**

Canvas también conocido como Business Model Canvas, es una herramienta utilizada para describir, analizar y diseñar modelos de negocio. Una de las nueve secciones del lienzo de modelo de negocio es "Relaciones con los Clientes". Esta sección se centra en cómo la empresa interactúa y se relaciona con sus clientes para crear valor y mantener una relación duradera. (CANVAS, 2004)

El creador del Modelo Canvas enfatiza que esta sección se trata de identificar y comprender los diferentes tipos de relaciones que la empresa establece con sus clientes. Pueden ser relaciones personales, automatizadas, autoservicio, comunidades, entre otros. (Osterwalder, 2014)

El dueño de Tienda Bazar y Novedades MG ha optado por aplicar estrategias de marketing en su local y vía online.

La decisión del dueño de la tienda Bazar y Novedades MG de utilizar estrategias de marketing, como la realización de concursos, es una excelente manera de mantener el interés de los clientes y fomentar su lealtad hacia el negocio. Los concursos son una forma efectiva de atraer la atención de los clientes y generar participación activa, lo que ayuda a fortalecer la relación vendedor-cliente.

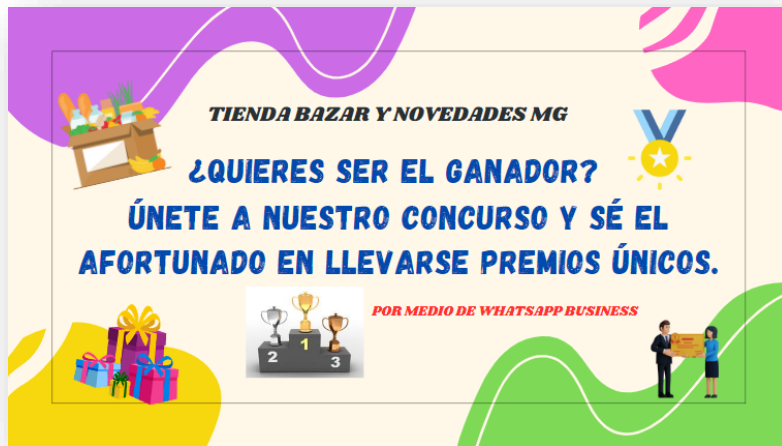
Al implementar concursos, el negocio crea una experiencia interactiva y emocionante para los clientes, lo que les motiva a involucrarse con la marca y a sentirse parte de la comunidad que rodea a la tienda. Esto puede generar un sentido de pertenencia y una conexión más profunda con el negocio, lo que a su vez aumenta la probabilidad de que los clientes regresen y realicen compras en el futuro.

Además, los concursos pueden ser una herramienta efectiva para recopilar información sobre los clientes, sus preferencias y necesidades. Esto permite al negocio obtener una visión más clara de su audiencia y adaptar su oferta de productos y servicios de acuerdo con las expectativas y demandas de los clientes. Otra ventaja de utilizar concursos es que generan entusiasmo y buzz en torno al negocio en las redes sociales y en la comunidad local. Los clientes suelen compartir sus participaciones en los concursos con amigos y familiares, lo que aumenta la visibilidad del negocio y atrae a nuevos clientes potenciales.



En resumen, la estrategia del dueño de la tienda Bazar y Novedades MG de utilizar concursos como parte de su estrategia de marketing es una forma inteligente y efectiva de mantener la relación con los clientes, aumentar su lealtad y atraer la atención de nuevos clientes. Esta iniciativa puede generar resultados positivos tanto en términos de participación del cliente como de crecimiento del negocio.

Figura 11. Concurso realizado vía online por tienda bazar y novedades MG



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2023)

## **FUENTES DE INGRESO**

Las fuentes de ingreso son una parte fundamental de la estructura de un negocio. Representan las formas en las que la empresa genera ingresos y obtiene beneficios económicos a través de la venta de productos, servicios u otras actividades relacionadas con su propuesta de valor. (CANVAS, 2004)

El creador del modelo Canvas explica que las fuentes de ingreso son el resultado directo de la propuesta de valor que la empresa ofrece a sus clientes. Deben estar alineadas con la estrategia general del negocio y ser coherentes con los segmentos de clientes a los que se dirige. Osterwalder enfatiza la importancia de diversificar las fuentes de ingreso para reducir el riesgo y aumentar la sostenibilidad financiera de la empresa. (Osterwalder, 2014)

El negocio Tienda Bazar y Novedades MG tuvo un crecimiento óptimo aplicando marketing digital por medio de la app empresarial WhatsApp Business.

En el modelo Canvas de la tienda Bazar y Novedades MG, las fuentes de ingreso se basan en la diversidad de productos y servicios que ofrece, así como en las estrategias de marketing implementadas para atraer y retener a los clientes.

A continuación, se presenta una exposición de las fuentes de ingreso de la tienda:

### **Venta de Productos**

La principal fuente de ingreso de Tienda Bazar y Novedades MG proviene de la venta de una amplia gama de productos de primera necesidad, papelería, bazar, bebidas alcohólicas, medicinas, cosméticos, entre otros. Al contar con una variada selección de artículos de consumo cotidiano, la tienda atrae a una amplia base de clientes que encuentran todo lo que necesitan en un solo lugar.

Figura 12. Ventas de productos



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2019) (Sell Emprende Pyme, 2023)

### Servicios de Recargas y Pagos

Otra fuente de ingreso importante para la tienda es la oferta de servicios de recargas telefónicas y pagos de servicios. Al brindar soluciones prácticas para la vida diaria de la comunidad, Tienda Bazar y Novedades MG se convierte en un punto de referencia para aquellos que desean realizar estas transacciones de manera rápida y conveniente.

Figura 13. Recaudación de servicios



Fuente: (Mi Negocio Efectivo, 2022)

### Ventas de Bebidas Alcohólicas

La inclusión de una variedad de bebidas alcohólicas en el catálogo de productos de la tienda le permite captar un segmento específico de clientes interesados en comprar estos artículos. La venta de bebidas alcohólicas agrega una fuente adicional de ingresos a la empresa.

Figura 14. Venta de cervezas



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2019)

### **Estrategias de Marketing**

La tienda Bazar y Novedades MG ha optado por utilizar estrategias de marketing creativas, como concursos y promociones, para atraer la atención de los clientes y fomentar su lealtad hacia el local. Estas campañas atraen a nuevos clientes y aumentan las ventas, generando ingresos adicionales para el negocio.

Figura 15. Imagen referencial de promociones



Fuente: (Sell Emprende Pyme, 2023)

## Diversificación de la Oferta

La tienda ha sabido adaptarse a las demandas cambiantes del mercado al ampliar su oferta de productos con el tiempo. Esta diversificación permite que la tienda se consolide como un lugar de compras completo y conveniente para los clientes, lo que contribuye a aumentar los ingresos.

Figura 16. Diversificación de la oferta en productos



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2019)

## Actividades deportivas

Agregar actividades deportivas como el fútbol y el voleibol los fines de semana frente al local de Bazar y Novedades MG puede ser una estrategia inteligente para atraer a más clientes y aumentar las fuentes de ingreso. Estas actividades pueden tener un impacto positivo en el negocio de varias maneras:

**Atracción de Clientes:** La realización de partidos de fútbol y voleibol los fines de semana atraerá a jugadores y espectadores de la comunidad. Las personas que participen en los deportes o acudan a verlos también pueden convertirse en clientes potenciales del local, aumentando así el tráfico de personas.

**Incremento de Ventas:** Durante los eventos deportivos, es probable que los participantes y espectadores busquen consumir bebidas, snacks y otros productos ofrecidos por la tienda. El aumento en la afluencia de personas puede conducir a un incremento en las ventas durante esos días.

**Generación de Ambiente Social:** La realización de actividades deportivas en el área cercana al local puede crear un ambiente social y amigable. Esto no solo atraerá a más personas, sino que también fomentará la lealtad y la sensación de comunidad entre los clientes habituales.

**Diversificación de Ingresos:** La incorporación de actividades deportivas como parte de las fuentes de ingreso de la tienda diversifica las oportunidades de generar ganancias. Además de las ventas regulares, ahora hay una fuente adicional de ingresos a través de la participación en los eventos deportivos.

**Promoción de Estilos de Vida Saludables:** Al facilitar la práctica de deportes, Bazar y Novedades MG puede promover estilos de vida saludables entre los miembros de la comunidad. Esta asociación positiva con el bienestar puede mejorar la percepción de la tienda y atraer a más clientes.

Figura 17. Actividad deportiva voleibol



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2023)

Figura 18. Actividad deportiva fútbol



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2023)

En conclusión, las fuentes de ingreso de la tienda Bazar y Novedades MG se basan en la venta de diversos productos y servicios, la oferta de bebidas alcohólicas, la implementación de estrategias de marketing efectivas y la diversificación de su oferta. Estas fuentes de ingreso le permiten a la tienda mantenerse competitiva, generar beneficios económicos y mantener una relación llamativa con los clientes.

## RECURSOS CLAVE

Los Recursos Clave como los activos más importantes que una empresa necesita para operar, crear valor y cumplir con su Propuesta de Valor. Estos recursos son los pilares fundamentales que respaldan el funcionamiento y la viabilidad del negocio. En otras palabras, los Recursos Clave son los elementos esenciales que una empresa debe tener para llevar a cabo sus actividades y lograr sus objetivos comerciales. (CANVAS, 2004)

Aquí se mostrará cómo está segmentado los recursos clave de la Tienda Bazar y Novedades MG:

### 1. Recursos Físicos

**Local comercial:** El espacio físico donde se encuentra la tienda y donde se exhiben y venden los productos.

Figura 19. Espacio físico del local



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2019)

**Estantes y vitrinas:** Para mostrar los productos y mantenerlos organizados.

Figura 20. Estantes de productos



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2019)



Figura 21. Vitrina con productos de cuidado personal



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2019)

**Equipos de punto de venta:** Para gestionar las ventas y el registro de transacciones.

Figura 22. Códigos QR como métodos de pago



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2023)

**Mobiliario y equipo de oficina:** Mesas, sillas, computadoras, impresoras, entre otros, para la administración y gestión del negocio.

Figura 23. Equipo de oficina del local



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2019)

## 2. Recursos Humanos:

**Propietario y colaboradores:** El dueño del negocio y los miembros de la familia que trabajan en la tienda son los recursos humanos clave que se encargan de la atención al cliente, la administración, las compras y demás tareas operativas.

Figura 24. Colaboradores de la Tienda Bazar y Novedades MG

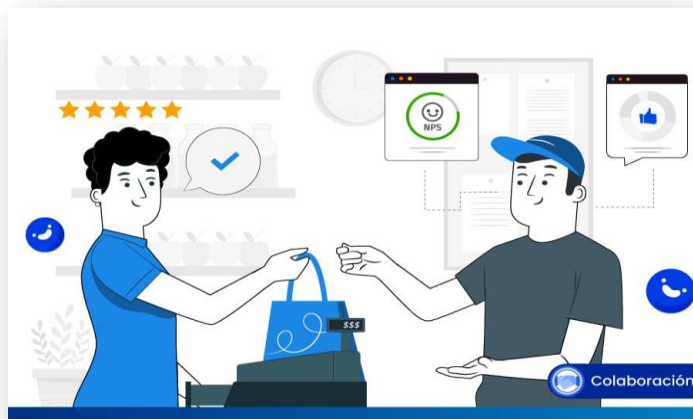


Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2019)

## 3. Recursos Intelectuales:

**Conocimiento del local y la comunidad:** La experiencia y el conocimiento del propietario y colaboradores sobre el sector norte de Guayaquil y las necesidades de la comunidad local.

Figura 25. Imagen referencial de la experiencia del cliente



Fuente: (QuestionPro, 2023)

## 4. Recursos Financieros:

**Capital del propietario:** El capital aportado por el dueño para iniciar y mantener el negocio en funcionamiento.

Figura 26. Imagen referencial del capital invertido



Fuente: (Libre, 2020)

## 5. Recursos Tecnológicos:

**WhatsApp Business:** Utilizado para recibir pedidos de manera ágil y mantener una comunicación efectiva con los clientes.

Figura 27. Aplicación WhatsApp Business



Fuente: (Business, 2023)

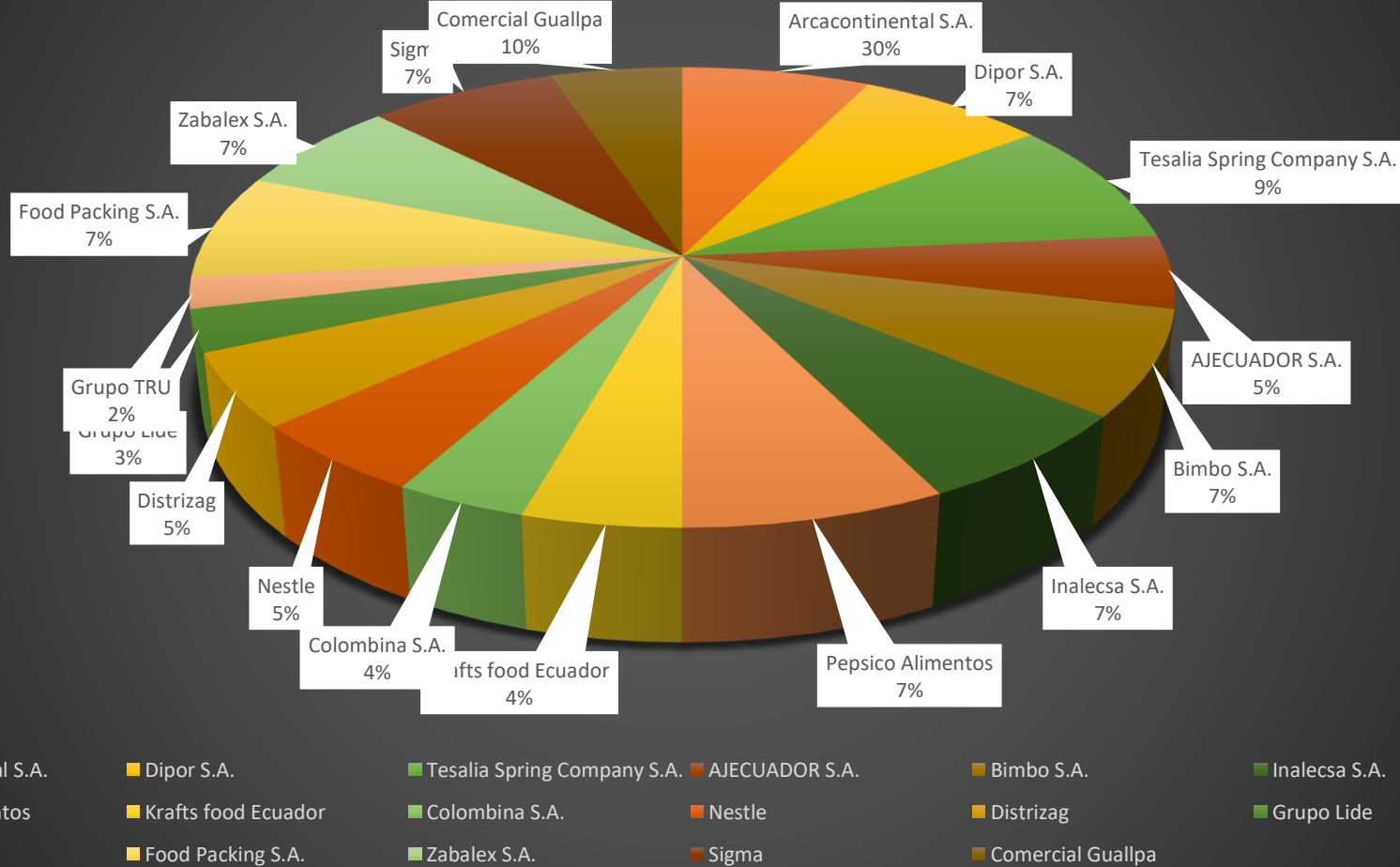
## **6. Alianzas y Relaciones con Proveedores:**

**Relaciones con proveedores de productos:** Las alianzas con los proveedores de bebidas, medicinas, productos de limpieza, entre otros, para asegurar el abastecimiento de productos.

Es importante destacar que, aunque la tienda Bazar y Novedades MG es una pequeña empresa familiar, sus recursos clave son esenciales para su funcionamiento y para satisfacer las necesidades de los clientes en el sector norte de Guayaquil. El conocimiento local, las relaciones con proveedores y la tecnología utilizada a través de WhatsApp Business son recursos fundamentales que le permiten mantener una relación cercana con los clientes y una operación ágil y eficiente.

Tabla 2. Alianzas con los proveedores

**PROVEEDORES**



Fuente: (Tienda Bazar y Novedades MG, 2019)

## **ACTIVIDADES CLAVE**

Las Actividades Clave, son las acciones y tareas fundamentales que una empresa o negocio debe realizar para llevar a cabo su propuesta de valor, operar de manera eficiente y alcanzar sus objetivos. Estas actividades son esenciales para el funcionamiento del negocio y están directamente relacionadas con la creación, entrega y mantenimiento de su propuesta de valor. (CANVAS, 2004)

Las Actividades Clave de la tienda Bazar y Novedades MG son aquellas acciones y tareas fundamentales que el local debe realizar para que su propuesta de valor se lleve a cabo y su negocio funcione de manera efectiva. Teniendo en cuenta la información proporcionada, algunas de las Actividades Clave podrían ser:

### **Abastecimiento y Gestión de Inventario**

- ✓ Realizar pedidos a proveedores para mantener el stock de productos de primera necesidad, papelería, bebidas, medicinas, snacks, entre otros.
- ✓ Administrar el inventario de manera eficiente, garantizando la disponibilidad de productos para satisfacer las demandas de los clientes.

### **Atención al Cliente**

- ✓ Brindar un servicio amable y personalizado a los clientes que visitan la tienda.
- ✓ Atender pedidos, responder consultas y ofrecer asesoría sobre los productos disponibles.

### **Uso de WhatsApp Business para Recepción de Pedidos**

- ✓ Utilizar WhatsApp Business como canal de comunicación principal para recibir y gestionar los pedidos de los clientes de manera sencilla y ágil.

### **Organización de Actividades Deportivas**

- ✓ Coordinar y organizar las actividades deportivas de fútbol y voleibol que se llevan a cabo los fines de semana frente al local.
- ✓ Asegurar que se cuente con el aprovisionamiento necesario de bebidas, snacks y otros productos para los participantes.

### **Gestión Administrativa y Financiera**

- ✓ Llevar a cabo las tareas administrativas y financieras, como el registro de ventas, control de gastos, y manejo de la contabilidad del negocio.

### **Marketing y Promoción**

- ✓ Diseñar y ejecutar estrategias de marketing para atraer a nuevos clientes y mantener la lealtad de los existentes.
- ✓ Promocionar el negocio a través de volantes, propagandas colocadas fuera de la tienda y de voz a voz entre los clientes.

### **Mantenimiento del Local**

- ✓ Realizar el mantenimiento adecuado del local y los equipos para garantizar un ambiente acogedor y seguro para los clientes.

### **Gestión de Relaciones con Proveedores**

- ✓ Mantener relaciones efectivas con los proveedores para asegurar la disponibilidad oportuna de los productos y negociar condiciones favorables.

Estas actividades clave son esenciales para el funcionamiento exitoso de la tienda Bazar y Novedades MG, y permiten mantener una relación cercana con los clientes, satisfacer sus necesidades y generar ingresos a través de la oferta de productos y las actividades deportivas que se realizan frente al local.

## SOCIOS CLAVE

Los Socios Clave, son aquellos individuos, empresas o entidades con las cuales una empresa establece relaciones estratégicas para alcanzar sus objetivos comerciales. Estas relaciones pueden ser de diferentes tipos y tienen el propósito de brindar apoyo, recursos o conocimientos que complementen las capacidades y actividades del negocio principal. (CANVAS, 2004)

Los socios clave de la Tienda Bazar y Novedades MG serían los siguientes:

### Proveedores

Los proveedores de productos de primera necesidad, papelería, bazar, bebidas alcohólicas, medicinas, cosméticos, entre otros, son fundamentales para asegurar el suministro constante de mercancía y mantener la variedad de productos ofrecidos en la tienda.

Tabla 3. Proveedores de la Tienda Bazar y Novedades MG

<b>PROVEEDORES</b>
<i>Comercial Gualpa</i>
<i>Arcacontinental S.A.</i>
<i>Bimbo S.A.</i>
<i>Colombina S.A.</i>
<i>Grupo Tru</i>
<i>Dipor S.A.</i>
<i>Inalecsa S.A.</i>
<i>Nestlé</i>
<i>Food Packing S.A.</i>
<i>Tesalia Spring Company S.A.</i>
<i>Pepsico Alimentos</i>
<i>Distrizag</i>
<i>Zabalex S.A.</i>
<i>Ajecuador S.A.</i>
<i>Krafts food Ecuador</i>
<i>Grupo Lide</i>
<i>Sigma</i>

Elaborado por: Calle, L. (2023)



## Clientes

Los clientes son socios clave ya que su preferencia y demanda impulsan las decisiones de compra y el enfoque en ciertos productos o servicios. Su satisfacción y retroalimentación son esenciales para mantener y mejorar la calidad de los productos y la experiencia en la tienda.

Tabla 4. Clientes de la Tienda Bazar y Novedades MG

<b>CLIENTES</b>
<i>Kimberly Medina</i>
<i>Paola Torres</i>
<i>Over Enríquez</i>
<i>Aurelio Morales</i>
<i>Paul Torres</i>
<i>Mónica Rivero</i>
<i>Kenneth Rizzo</i>
<i>Byron Mosquera</i>
<i>Yeider Giler</i>
<i>Alejandro Moreira</i>
<i>Lilibeth Rodriguez</i>
<i>Katherine Lovato</i>
<i>Wilton Navas</i>
<i>Victoria Mosquera</i>
<i>Katty Muñoz</i>
<i>Mayra Meza</i>
<i>Joselyn Torres</i>
<i>Mariela Meza</i>
<i>Betsabeth Chacón</i>
<i>Cindy Guamancela</i>
<i>Byron Muñoz</i>
<i>Geovanny García</i>
<i>Jenny Chacón</i>
<i>Rocio Guamancela</i>
<i>Pedro Acosta</i>
<i>Mayra Santillán</i>
<i>Jairo Murillo</i>
<i>Karen Ubilla</i>
<i>Kenny Jiménez</i>
<i>Lissette Villareal</i>
<i>Katherine Murillo</i>
<i>Mailer García</i>
<i>Aylin Jiménez</i>

<i>Jackson Castillo</i>
<i>Mauricio Chele</i>
<i>José Murillo</i>
<i>Lidia Castillo</i>
<i>Yuleidy Acosta</i>
<i>Pablo Medina</i>
<i>Francis Delgado</i>
<i>Luis Rivera</i>
<i>Sofía Enriquez</i>
<i>Reishell Medina</i>
<i>Gladys Rivera</i>
<i>Alexander Choez</i>

Elaborado por: Calle, L. (2023)

### **Colaboradores Familiares**

Los colaboradores que son miembros de la misma familia que dirige el negocio también son socios clave, ya que su apoyo y participación son fundamentales para el funcionamiento diario de la tienda.

Tabla 5. Colaboradores de la Tienda Bazar y Novedades MG

<b>COLABORADORES</b>
<i>Elvis Chacón</i>
<i>Gloria Medina</i>
<i>Jordán Chacón</i>
<i>Dayana Chacón</i>
<i>Luis Calle</i>

Elaborado por: Calle, L. (2023)

### **Alianzas Locales**

Las relaciones con otras empresas o entidades locales pueden ser socios clave para la tienda. Por ejemplo, establecer acuerdos con proveedores locales, otros negocios cercanos o incluso eventos deportivos (como los partidos de fútbol y volley que se realizan frente al local) pueden atraer más clientes y mejorar la experiencia del cliente.

Tabla 6. Alianzas Locales de la Tienda Bazar y Novedades MG

<b>ALIANZAS</b>
<i>Partidos de Voleibol</i> <i>Encargado: Jairo Saquipulla</i>
<i>Partidos de Fútbol</i> <i>Encargado: Anthony Ventura</i>
<i>Venta de comidas</i> <i>Encargado: Gustavo Gómez</i>

Elaborado por: Calle, L. (2023)

Es importante tener en cuenta que los Socios Clave pueden variar según el contexto y la evolución del negocio. Identificar y mantener relaciones sólidas con estos socios es esencial para garantizar el éxito y la sostenibilidad de la tienda Bazar y Novedades MG en el mercado.

## ESTRUCTURA DE COSTOS

La Estructura de Costos se refiere a todos los gastos y desembolsos necesarios para que un negocio pueda operar y ofrecer sus productos o servicios. Es uno de los nueve bloques principales del lienzo y es fundamental para entender cómo se generan y distribuyen los costos dentro de la empresa. (CANVAS, 2004),

Basándonos en la información proporcionada sobre la tienda Bazar y Novedades MG, la estructura de costos podría incluir los siguientes elementos:

### Costos de Inventarios

Incluye el costo de adquisición de los productos que se venden en la tienda, como despensa, bazar y papelería, bebidas, medicinas, snacks, galletas, jugos, lácteos, cervezas y artículos de limpieza.

Tabla 7. Inventarios

INVENTARIOS		
<b>Despensa</b>	520	\$
<b>Bazar y Papelería</b>	387	\$
<b>Bebidas</b>	110	\$
<b>Medicinas</b>	27	\$
<b>Snacks</b>	45	\$
<b>Galletas</b>	18	\$
<b>Jugos</b>	22	\$
<b>Lácteos</b>	30	\$
<b>Cervezas</b>	600	\$
<b>TOTAL</b>	<b>1759</b>	<b>\$</b>

Elaborado por: Calle, L. (2023)

### Costos de Personal

Comprende los salarios y beneficios para el propietario y los colaboradores de la misma familia que trabajan en la tienda.

Cada colaborador cuenta con un sueldo bien visto por cada uno de ellos, los cuales no son tan altos o un salario básico, cada colaborador tiene un sueldo de \$120.

Tabla 8. Sueldo del personal

<b>SUELDO DEL PERSONAL</b>	
<b>Elvis</b>	\$ ---
<b>Gloria</b>	\$ 120
<b>Jordán</b>	\$ 120
<b>Dayana</b>	\$ 120
<b>Luis</b>	\$ 120
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 480</b>

Elaborado por: Calle, L. (2023)

**Costos de Alquiler:** Involucra el pago por el espacio físico donde se encuentra ubicada la tienda. El espacio del local no genera gastos de alquiler como tal ya que es un espacio propio del dueño de la tienda.

#### **Costos de Servicios Públicos**

Incluye los gastos de electricidad, agua, internet, y otros servicios esenciales para el funcionamiento del negocio.

Tabla 9. Gastos de servicios públicos

<b>SERVICIOS PÚBLICOS</b>	
<b>Luz</b>	\$ 153
<b>Agua</b>	\$ 35
<b>Internet</b>	\$ 37
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 225</b>

Elaborado por: Calle, L. (2023)

#### **Costos de Publicidad y Promoción**

Engloba los gastos relacionados con la publicidad de la tienda y las promociones que se realizan para atraer a nuevos clientes.

La tienda realiza cada mes diferentes tipos de publicidad como volantes, pancartas, gigantografías o publicidad online por medio de cuentas personales de los colaboradores la cual genera gastos alrededor de \$15 como máximo.

### **Costos de Transporte**

Involucra los gastos relacionados con la entrega de productos a proveedores y la recepción de productos para el inventario.

La Tienda Bazar y Novedades MG no genera gastos de transporte ya que cuenta con vehículo propio el cual cobra \$1 dependiendo el sector o gratuito si es alrededor de la comunidad.

### **Costos de Mantenimiento y Limpieza**

Comprende los gastos para mantener en buen estado el local y asegurar un ambiente limpio y acogedor para los clientes.

Los colaboradores de Tienda Bazar y Novedades MG son los encargados de mantener el local en perfecto estado para una buena atención al público.

### **Costos de Participación en Eventos**

Incluye los gastos relacionados con la organización o participación en eventos locales, como ferias o actividades deportivas (fútbol y volley los fines de semana) que se realizan frente al local.

La Tienda Bazar y Novedades MG en las participaciones en eventos no genera gastos, a decir verdad, sino que se hace partícipe para la venta de diferentes productos como: Aguas, Sporades, Snacks, Colas y Cervezas.

### **Costos de WhatsApp Business**

Engloba los gastos asociados con la utilización de WhatsApp Business como canal de comunicación y recepción de pedidos.

En la Tienda Bazar y Novedades MG no genera gastos como tal en la aplicación de WhatsApp Business solo es una herramienta gratuita apta para la comunicación entre vendedor a clientes.

**Detalle de los costos en su totalidad:**

Tabla 10. Detalle de los costos en su totalidad

<b>TIENDA BAZAR Y NOVEDADES MG</b>						
	<b>31/7/23</b>	<b>31/8/23</b>	<b>30/9/23</b>	<b>31/10/23</b>	<b>30/11/23</b>	<b>31/12/23</b>
<b>Inventario</b>	\$1759	\$1759	\$1759	\$1759	\$1759	\$1759
<b>Sueldo del personal</b>	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480
<b>Servicios Públicos</b>	\$ 225	\$ 225	\$ 225	\$ 225	\$ 225	\$ 225
<b>Publicidad y promo</b>	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15
<b>Transporte</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Mantenimiento y limpieza</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Participación de eventos</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>WhatsApp Business</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b><u>TOTAL</u></b>	<b>\$ 2479</b>	<b>\$2479</b>	<b>\$2479</b>	<b>\$2479</b>	<b>\$2479</b>	<b>\$2479</b>

Elaborado por: Calle, L. (2023)

## CONCLUSIÓN

En conclusión, la tienda Bazar y Novedades MG ha logrado posicionarse como un pilar indispensable para la comunidad local del sector norte de Guayaquil. Desde sus modestos inicios, ha demostrado su compromiso con satisfacer las necesidades de sus clientes, ofreciendo una amplia gama de productos de primera necesidad, papelería, bazar, recargas telefónicas, pagos de servicios, venta de bebidas alcohólicas, medicinas, cosméticos, entre otros.

La propuesta de valor de la tienda se basa en la calidad de sus productos, el servicio amable y personalizado, así como su adaptación a las demandas cambiantes del mercado. Además, se ha consolidado como un espacio de encuentro para la comunidad, forjando fuertes lazos con los clientes y convirtiéndose en un referente confiable y accesible para todos.

En cuanto a sus fuentes de ingreso, la tienda ha diversificado su oferta al incorporar actividades deportivas, como fútbol y volley los fines de semana, lo que ha contribuido a aumentar las ventas de productos como cervezas, snacks, agua, bebidas energéticas, jugos, entre otros. Asimismo, ha implementado estrategias de marketing, como concursos, para mantener una relación llamativa con los clientes y fomentar su lealtad hacia el local.

En el Modelo Canvas, se identificaron los recursos clave, que en este caso son el propietario y los colaboradores de la misma familia, quienes conocen toda la información del local y trabajan en él. Además, se destacaron las actividades clave, como la gestión de inventarios, atención al cliente, promociones y participación en eventos locales.

La estructura de costos está compuesta por los gastos relacionados con inventarios, personal, alquiler, servicios públicos, publicidad, transporte, mantenimiento, participación en eventos y WhatsApp Business.

En resumen, la tienda Bazar y Novedades MG ha sabido adaptarse y evolucionar, brindando soluciones prácticas y eficientes para la comunidad, al tiempo que ha fortalecido su relación con los clientes. Con una visión de futuro, la tienda continúa trabajando en mejorar y superar los desafíos, manteniendo su compromiso con la satisfacción del cliente y su dedicación para ofrecer productos de calidad. En este camino



de crecimiento, se consolida como un elemento indispensable en la vida cotidiana de la comunidad del sector norte de Guayaquil.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almendariz, S. (2021). EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO Y SU APORTACIÓN EN EL DESARROLLO LOCAL DE LA PARROQUIA SALANGO DEL CANTÓN PUERTO LOPEZ. Jipijapa. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3305/1/Stephanie%20Mayela%20Almendariz%20Gonzalez-Tesis.pdf>*
- Añasco, V. (2011). Análisis situacional de las tiendas de barrio del suroeste de Quito : un estudio de caso del ámbito de distribución de la empresa Pronaca y la distribuidora Argel. Quito. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/5173>*
- Armstrong, P. K. (2013). Fundamentos del marketing. México: Pearson. Obtenido de [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)*
- Arroba, H. (2017). “El emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas comercializadoras y el desarrollo económico del canton Puyo provincia del Pastaza. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25018/1/T3938ig.pdf>*
- Banda Libre Comunicaciones. (2023). Banda Libre Comunicaciones. Obtenido de CÓMO DEMOSTRAR CONFIANZA PARA OBTENER EL CAPITAL PARA INICIAR UN NEGOCIO WISP: <https://bandalibre.es/como-demostrar-confianza-para-obtener-el-capital-para-iniciar-un-negocio-wisp/>*
- CELY, N. (2006). ANÁLISIS DEL EMPRENDEDOR Y DEL EMPRENDIMIENTO DE ÉXITO EN EL ECUADOR PARA INCENTIVAR LA CREACIÓN DE UNA RED DE INVERSIONISTAS. Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5380/T-PUCE-5607.pdf>*
- Cim. (2023). DIVERSIFICACIÓN EN NUEVOS PRODUCTOS Y MERCADOS. Obtenido de Centro de investigación de mercados: <https://www.ciminvestigacion.com/diversificacion-en-nuevos-productos-y->*



<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10138/1/UPS%20-%20ST001697.pdf>

Ortega, J. C. (2022). *Evaluación de la situación actual de los emprendimientos y su desempeño en la ciudad de Loja. Loja*. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/25070/1/Tesis%20Juan%20Carlos%20Ortega.pdf>

plata, M. A. (1995). *Análisis y diseño de estrategias para una tienda de conveniencia, en base a un estudio de mercado. Universidad Autónoma de Nuevo León*. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/362/1/1080071234.PDF>

PLaza, K. L. (2012). *Propuesta para la creación de un centro de emprendimiento en la universidad politecnica salesiana sede guayaquil*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2699/13/UPS-GT000309.pdf>

Porter, M. (2007). *Ventaja Competitiva*. En M. Porter, *Competitive Strategy* (pág. 2). *Online exclusive education*. Obtenido de <https://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/documents/ventaja%20competitiva.pdf>

QuestionPro. (2023). *QuestionPro*. Obtenido de *¿Cómo mejorar el servicio de atención al cliente en comercio local?: <https://www.questionpro.com/blog/es/atencion-al-cliente-en-comercio-local/>*

Roa, Y. (27 de enero de 2023). *Semrush Blog*. Obtenido de *Modelo de negocio Canvas: Qué es y cómo usarlo: <https://es.semrush.com/blog/modelo-negocio-canvas-como-usarlo/>*

Victor Vicente Saltos Torres. (2020). *Análisis y propuesta de mejoramiento de procesos en la empresa*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7205/1/T3106-MAE-Saltos- Analisis.pdf>

*Zeledón, L. V. (2014). Sistema de inventario y facturación de la tienda de accesorios de computadoras y celulares Decosys. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/1955/1/16393.pdf>*